

Geniekünstler und KulturarbeiterInnen: von der Freiheit der Kunst zur Wertschöpfung durch Kreativität

Mayerhofer, Elisabeth; Mokre, Monika

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mayerhofer, E., & Mokre, M. (2007). Geniekünstler und KulturarbeiterInnen: von der Freiheit der Kunst zur Wertschöpfung durch Kreativität. *SWS-Rundschau*, 47(3), 292-311. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-165153>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.

Geniekünstler und KulturarbeiterInnen

Von der Freiheit der Kunst zur Wertschöpfung durch Kreativität

Elisabeth Mayerhofer/Monika Mokre (Wien)

Elisabeth Mayerhofer/ Monika Mokre: *Geniekünstler und KulturarbeiterInnen – von der Freiheit der Kunst zur Wertschöpfung durch Kreativität* (S. 292–311)

Seit ungefähr zwei Jahrzehnten prägt die ökonomische Bedeutung von Kreativität den internationalen Kunst- und Kulturdiskurs. Ziel dieses Artikels ist es, die aktuellen Entwicklungen dieses Diskurses in einen größeren historischen Zusammenhang zu stellen. Sowohl das Bild des autonomen Geniekünstlers, das dem Menschenbild der Moderne und den ökonomischen Erfordernissen des aufstrebenden Kapitalismus entsprach, als auch die zahlreichen Strömungen, die sich gegen dieses KünstlerInnenbild wandten, finden sich im zeitgenössischen Verständnis von Kunst, Kultur und Kreativität wieder. Zugleich entspricht die Ökonomisierung in diesem Bereich auch generellen neoliberalen Entwicklungen. Diese Zusammenhänge werden anhand von Hegemonietheorien theoretisch eingeordnet und ihre praktischen Auswirkungen auf die Entwicklung der »Creative Industries« und die ihnen tätigen KulturarbeiterInnen analysiert.

Schlagworte: Creative Industries, Kunst, Kulturproduktion im Neoliberalismus, Diskurstheorie, Hegemonietheorien

Elisabeth Mayerhofer/ Monika Mokre: *Genius Artists and Cultural Creatives – from the Liberty of Arts to Value Added by Creativity* (pp. 292–311)

In the last two decades, the economic importance of creativity played an increasingly prominent role for discourses on culture and the arts. This article wants to understand the contemporary development in the context of a larger historical framework. Current approaches to creativity display different forms of comprehending artists and arts: the images of the genius artist, corresponding with the modern idea of man and the economic requirements of emerging capitalism, as well as several movements that criticize this understanding. At the same time, the economisation of creativity corresponds to more general neo-liberal concepts of society and economy. This connectedness finally is being discussed against the background of theories of hegemony and is being assessed with regard to the practical consequences for the creative industries and the cultural creatives.

Keywords: creative industries, arts, cultural production of neo-liberalism, discourse theory, theories of hegemony

1. Einleitung

Seit knapp 20 Jahren werden politische wie auch theoretische Debatten über die gesellschaftliche Bedeutung von Kunst und Kultur¹ durch das Konzept der »Creative Industries« geprägt. Unter diesem Begriff werden zahlreiche Tätigkeiten zusammengefasst, für die Kreativität als Produktionsfaktor eine Rolle spielt und die – mindestens potenziell – wirtschaftlich erfolgreich sein können. Im Unterschied zu klassischen Kunst- und Kulturdiskursen steht hier also nicht die Autonomie dieses Felds im Vordergrund, sondern seine mögliche gesamtökonomische Bedeutung.

Diese diskursive Verschiebung ist Teil einer gesamtgesellschaftlich beobachtbaren Ökonomisierung von sozialen Beziehungen, schließt aber zugleich an ältere Formen des Kunstverständnisses an: Im ausgehenden 18. Jahrhundert wurde die Vorstellung von freier, autonomer Kunst und einer daraus folgenden Sonderstellung der KünstlerInnen entwickelt, die im Kontext des Menschenbilds der Moderne und der Entwicklung bürgerlich-demokratischer Gesellschaftsordnungen mit kapitalistischer Wirtschaftsverfassung interpretiert werden kann. Diese Sonderstellung wird in den Diskursen zu den Creative Industries neu gefasst – Creative Industries spielen darin eine Vorreiterrolle für die Wirtschaftsentwicklung, insbesondere werden die spezifischen Lebens- und Arbeitsbedingungen der in den Creative Industries tätigen KulturarbeiterInnen (Kreativen) als zukunftsträchtiges gesamtgesellschaftliches Leitbild verstanden.

Diese Entwicklung von Diskursen zu Kunst und Kultur wird im Folgenden als Kampf um politische Hegemonie aufgefasst und in ihrer Verflochtenheit mit anderen Diskursen dargestellt (Kap. 2–4). Im Anschluss werden die Arbeits- und Lebensbedingungen in den Creative Industries beschrieben und ihre Auswirkungen auf das individuelle Selbstverständnis der KulturarbeiterInnen analysiert (Kap. 5). Der letzte Teil des Artikels diskutiert mögliche Maßnahmen zur Verbesserung der sozialen Lage in den Creative Industries.

2. Kunstdiskurs und Hegemonie

Der theoretische Ausgangspunkt dieser Analyse der Entwicklung von Diskursen zu Kunst und Kultur ist die Theorie der radikalen Demokratie von Ernesto Laclau und Chantal Mouffe (2000). Gemäß dieser Theorie erschließt sich uns die Welt ausschließlich im Diskurs. Was nicht diskursiviert wird, ist unserem Denken nicht zugänglich. Zwischen dem Diskurs und dem, auf das er sich bezieht, also zwischen Signifikant und Signifikat besteht kein zwingender Zusammenhang; Relationen lassen sich nur zwischen verschiedenen Signifikanten beschreiben. Eine Aussage wie »das ist Kunst« oder »das ist keine Kunst« kann daher nie an einer absoluten Wahrheit gemessen werden,

1 Eine Definition von »Kultur« ist bekanntlich fast unmöglich. Im Rahmen dieses Artikels wird daher darauf verzichtet; die Begriffe »Kunst« und »Kultur« werden pragmatisch in derselben Art verwendet wie zumeist auch im Alltagsgebrauch, wobei »Kunst« schöpferische Leistungen im Bereich der Hochkultur umfasst, »Kultur« hingegen Kreativleistungen aller Art bezeichnet.

sondern ist stets Teil eines Kampfes um Hegemonie, um die Durchsetzung eines bestimmten (Kunst-)Diskurses. Der beliebte volkstümliche Ausspruch »Kunst kommt von Können« behauptet etwa einen notwendigen Zusammenhang zwischen Kunst und bestimmten Fähigkeiten von KünstlerInnen, während die Aussage »Kunst ist, was von KunstexpertInnen so genannt wird«, sich auf das Wissen von denjenigen bezieht, die Kunst definieren. Ein Diskurs wird dadurch hegemonial, dass er alle konkurrierenden Diskurse entwertet.

Im Laufe des 20. Jahrhunderts wurden Diskurse über die gesellschaftliche Rolle von Kunst und KünstlerInnen durch heftige Auseinandersetzungen um die Frage der Autonomie der Kunst geprägt. Die Debatten um dieses Konzept haben ihren Ausgangspunkt im zentralen Paradigma der Moderne, dem gemäß Gott als Ursprung aller Legitimität durch die Natur gegebene menschliche Vernunft ersetzt wird (Laclau/ Mouffe 2000, 13). Die Freiheit jedes einzelnen Menschen und die Gleichheit aller Menschen leiten sich aus dieser Verabsolutierung der menschlichen Vernunft ab. Diese beiden Werte stehen in ständigem, zumindest potenziellem Widerspruch zueinander. Zudem werden die Versprechungen von Freiheit und Gleichheit weder im politischen noch im ökonomischen System je eingelöst, stehen ihnen doch die pragmatischen Ansprüche auf Regierbarkeit und Markteffizienz entgegen. Das idealisierte Bild des absolut freien Künstlers stellt eine diskursive Möglichkeit dar, dass im bestehenden System die Freiheit des Menschen zumindest vorstellbar erscheint – während NormalbürgerInnen in zahlreiche, insbesondere ökonomische Zwänge eingebunden sind, steht der Künstler über diesen gesellschaftlichen Regeln und ist nur sich selbst und seiner Kunst verpflichtet (Hoffmann-Curtius/ Wenk 1997). In Kombination mit der Behauptung der Autonomie der Kunst wird dieser Bereich allerdings zugleich aus gesamtgesellschaftlichen Zusammenhängen herausgelöst. Dieser Sonderstatus kann je nach Perspektive als Privileg oder als Ausgrenzung aus gesellschaftlich relevanten Strukturen verstanden werden und wurde in beiden Formen von KünstlerInnen des 20. Jahrhunderts in unterschiedlicher Weise problematisiert (vgl. etwa den Situationismus, Fluxus oder aktuelle Formen von Kunst im öffentlichen Raum)². Kunstbegriffe sowie künstlerische Kanons wurden immer wieder in Frage gestellt (was häufig zur Bildung neuer Kanons führte) und die gesellschaftliche Relevanz von Kunst behauptet und eingefordert.

An diesen zweiten Aspekt von Kunstdebatten schließt seit den 1980er-Jahren offizielle Kulturpolitik in zahlreichen europäischen Ländern an, wenn sie vermehrt ökonomischen Erfolg als künstlerisches Kriterium einführt. Das Postulat einer marktgängigen Kunst pervertiert einerseits die frühere Kritik an der Autonomie der Kunst, die in erster Linie kapitalismuskritisch gefasst war, und stellt andererseits eine nicht unplausible Weiterentwicklung dar. Dieser kulturpolitische Paradigmenwechsel der 1980er-Jahre (der insbesondere in Ländern mit einer starken Tradition staatlicher

2 Allen genannten Strömungen ist eine mehr oder weniger radikale Ablehnung des Kunstbetriebs und der damit verbundenen gesellschaftlichen Sonderstellung gemeinsam; sowohl die VertreterInnen von Fluxus als auch Situationismus gingen soweit, die Abschaffung der Kunst zum Ziel zu erklären.

Kunstförderung zu massiven Veränderungen der kulturellen und kulturpolitischen Landschaft geführt hat) wird durch eine gesamtgesellschaftliche Entwicklung gefördert, in deren Rahmen demokratische Werte immer stärker ökonomischer Effizienz untergeordnet werden.

Die kulturpolitisch und gesamtgesellschaftlich zunehmend wichtigere Zusammenfassung kreativer Tätigkeiten von der traditionellen Malerei bis zur Werbegrafik unter dem Titel »Creative Industries« stellt einerseits einen folgerichtigen weiteren Schritt der Ökonomisierung der Kunst dar und kann andererseits als Qualitätssprung in dieser Debatte verstanden werden. Geht es bei der Steigerung von BesucherInnenzahlen und Einnahmen bei großen Kulturevents noch darum, traditionelle Kunstformen besser verkäuflich zu machen, so wird im Konzept der Creative Industries die Leistungsfähigkeit von Kunst und Kultur dem Markt vollständig untergeordnet.

Die Entwicklung von Kunst- und Kreativitätsdiskursen kann also als Paradebeispiel dafür dienen, wie diskursive Hegemonie hergestellt und durch neue hegemoniale Diskurse abgelöst wird. Hegemoniale Definitionen von Kunst und KünstlerIn bestimmen die sozialen Handlungsspielräume der AkteurInnen (Schneider 2004). Debatten um Kunstdefinitionen lassen sich als solche Kämpfe um Hegemonie lesen.

3. Eine kurze Geschichte des Künstlers/ der KünstlerIn

3.1 Die Wurzeln zeitgenössischer Kunstdiskurse

Das KünstlerIn-Subjekt stellt im Diskurs der Moderne zugleich eine Kulmination der dem Menschen zugeschriebenen Eigenschaften (wie insbesondere seiner Kreativität und Rationalität) und eine Ausnahmeerscheinung dar.

»Das Künstler-Subjekt, die Intellektuellen und Bohemiens sind spezifisch europäische Konstrukte. Erst seit dem 16. Jahrhundert wurde das Schöpferische, Kreative, Welt-Hervorbringende nicht länger nur als eine göttliche, sondern (auch) eine menschliche Fähigkeit verstanden und auf eine spezifische Produktionsweise bezogen, die intellektuelle und manuelle Fähigkeiten miteinander in Beziehung setzt und sich von rein handwerklichen Tätigkeiten unterscheidet. Der Begriff ›Kreativität‹ schließt in diesem Verständnis Reflexivität, die Kenntnis von Techniken und das Bewusstsein der Kontingenz des schöpferischen Prozesses ein. Im 18. Jahrhundert wurde Kreativität als zentrale Eigenschaft des Künstlers definiert, der als autonomer ›Schöpfer‹ die Welt immer wieder neu hervorbringen würde« (Von Osten 2007).

Die Differenzierung zwischen Kreativität und Handwerk findet sich bereits im mittelalterlichen Kanon, der die sieben artes liberales (Grammatik, Dialektik, Rhetorik, Astronomie, Geometrie, Arithmetik und Musik) und die sieben artes mechanicae (Textiles, Waffenkunst, Jagd, Medizin, Spiel, Landwirtschaft, Handel) unterscheidet. Die als dienende Künste verstandenen artes mechanicae wurden in der Renaissance aufgewertet. In der Romantik entwickelte sich der Geniemythos auf Basis des sich neu herausbildenden Verständnisses des modernen Subjekts und damit wurde die Trennung in Wissenschaft, Kunst und Handwerk festgeschrieben: Während der/ die HandwerkerIn Talent mitbrachte, nachbilden konnte und Produkte zum allgemeinen Gefal-

len hervorbrachte, schuf das künstlerische Genie aus sich heraus ein eigenständiges Werk.

Im Gegensatz zum Handwerker stellt der geniale Künstler ein soziales Gegenmodell zum bürgerlichen Subjekt dar, das rational seine Entscheidungen trifft und in seinen Handlungen auf Vorteilsmaximierung bedacht ist. Das Genie in seiner irrationalen Unberechenbarkeit verkörpert den Gegenentwurf zum bürgerlichen homo oeconomicus. Im bürgerlichen Kapitalismus verloren Gilden und andere Berufsvereinigungen, die den Zugang zu künstlerischen Berufen regulierten, allmählich ihre Definitionsmacht, während zeitgleich mit dem Typus des Bohème-Geniekünstlers Authentizität und Autonomie in den Vordergrund rückten. Seit dieser Zeit sind staatliche Regulierung und normative Qualitätsvorgaben in der Kunst tabuisiert (Abbing 2002, 72).

Die Behauptung spezifischer Eigenschaften von KünstlerInnen, die angeboren sowie unveräußerlich sind und eine spezifische gesellschaftliche Position legitimieren, eröffnet den betroffenen Personen einerseits Freiheiten im Handeln und begrenzt andererseits ihre gesellschaftliche Relevanz. Wenn künstlerisches Schaffen anders zu beurteilen ist als alle anderen gesellschaftlichen Tätigkeiten, dann bleibt es letztendlich auch ohne Bedeutung für gesellschaftliche und politische Entwicklungen. Der Kunst wird ein Platz außerhalb des Gesellschaftlichen zugewiesen und dem/ der KünstlerIn eine Stellung als »freischwebender/e Intellektuelle«. Seit dem Frühkapitalismus funktioniert der freie, aus sich heraus schaffende (und arme) Geniekünstler (Hoffmann-Curtius/ Wenk 1997) als Gegenentwurf zum zunehmend disziplinierten Bürger – und zugleich als spezifische Ausprägung desselben.

»In der sich herausbildenden kapitalistischen Gesellschaftsform verbanden sich die Konzepte ›Eignung‹ und ›Eigentum‹ mit dieser männlich konnotierten Vorstellung eines genialen Ausnahmesubjekts. ›Schöpferische Begabung‹, ›Schöpferisch-Sein‹ dienen seither dem bürgerlichen Individualismus als allgemeinere Umschreibung für kreatives Denken und Handeln im kulturellen und ökonomischen Sinne« (Von Osten 2007).

3.2 Die Geschlechtshältigkeit des Kunstdiskurses

Der Pygmalion-Mythos, der in der nachhöfischen Zeit des 18. Jahrhunderts wesentlich für die neue Identitätskonzeption von Künstlern wurde, illustriert die Geschlechtshältigkeit des männlichen Genies: Pygmalion schafft allein, ohne die Hilfe einer transzendenten Macht – der Mensch steht im Mittelpunkt des neuen Paradigmas; die Kunsthistorikerin Silke Wenk sieht darin »eine Selbstermächtigung des Künstlers in der Moderne« (Wenk 1997, 25). Dieses Verständnis des männlichen Künstlers als Schöpfer geht auf ältere Interpretationen von Künstlertum zurück; schon im 16. Jahrhundert hat Vasari in seiner Kunstgeschichte (Christadler 2000, 38) beschrieben, dass Leonardo da Vinci, der als Prototyp des Genies vorgeführt wird, die Natur beherrscht, sie mittels seines Intellekts formt.

Diese Ermächtigung dürfen sich Frauen nicht anmaßen. Während das männliche Genie die Natur überwindet, bleiben ihr Frauen allein schon durch die Gebärfähigkeit unterworfen (ebd., 21). Kunstschaffen wird so zur Machtfrage: Die Realität wird trans-

formiert, Gegenwelten werden neu entworfen. Zeitlich parallel wird in der bildenden Kunst die Grenze zwischen Kunst und Kunsthandwerk schärfer gezogen: Der Künstler mutiert zum Schöpfer des Neuen aus sich heraus, er überwindet die Natur, indem er sie neu schafft (Wenk 1997, 24).

Im 18. Jahrhundert war das Genie ein »Naturgenie«, das autodidaktisch aufgrund und aus seiner Natur zu schaffen beginnt. Davon werden jene KünstlerInnen abgegrenzt, welche die Natur mimetisch nachbilden, nicht eigens erschaffen – KünstlerInnen (Christadler 2000, 34) und »weibliche Gattungen«, die der Mimesis, also der Nachahmung verpflichtet sind: Porträt- und Genremalerei, Stillleben (Schmidt-Linsenhoff 1996). Gestalterisches Verändern der Realität ist Männersache.

Die Wirkmächtigkeit derartiger Stereotype ist trotz versuchter Dekonstruktionen von Geschlechtermythen im 20. Jahrhunderts, beginnend mit der Avantgarde der 1920er-Jahre, bis heute ungebrochen. Die ungebrochene Bedeutung geschlechtsspezifischer Zuschreibungen zeigt etwa eine empirische Untersuchung über Geschlechterrollen in zeitgenössischer Musik und Medienkunst aus dem Jahr 2003 (Eberherr/Harauer/ Mayerhofer 2003).

3.3 Der lange Streit um die Freiheit der Kunst

Kritik am Bild der autonomen Kunst und des Ausnahmesubjekts »Künstler« wurde im Laufe des 20. und 21. Jahrhunderts in unterschiedlicher Form geäußert. Aus der Sicht der Sowjetunion etwa wurden Kunst und Kulturbetrieb im Kapitalismus als Erfüllungsgehilfen bürgerlich-kapitalistischer Machtausübung entlarvt und im Gegenzug KünstlerInnen im Sozialismus als wichtige politische MitstreiterInnen verstanden. Die westliche Linke entwickelte ein differenzierteres Bild der gesellschaftlichen Bedeutung von Kunst und Kultur. Insbesondere Antonio Gramsci (1991–2000/1929ff.) erweiterte in den 1930er-Jahren mit dem Begriff der »kulturellen Hegemonie« das Gesellschaftsbild des Marxismus erheblich. Statt Gesellschaftsentwicklung als direkten Ausfluss der ökonomischen Verhältnisse zu verstehen, betonte er die Bedeutung der kulturellen Verankerung von Staatsgewalt. Ebenso wie Walter Benjamin (1991/1935) leitete er aus dieser Analyse die Forderung an kritische KünstlerInnen ab, am politischen Kampf teilzunehmen, verwehrt sich aber gegen die direkte In-Dienst-Nahme der Kunst durch die Politik. Max Horkheimer und Theodor W. Adorno (1947) lieferten in ihrer Analyse der Kulturindustrie ein ähnliches Konzept für die Bedeutung von Kultur zur Erhaltung von Machtverhältnissen, wie dies Gramsci tat. Adorno zog dabei eine scharfe, schwer zu rechtfertigende Trennung zwischen der machterhaltenden Kulturindustrie und der kritischen Hochkultur.

In erster Linie wurde aber die Frage der Autonomie der Kunst nicht im Feld der politischen Theorie bearbeitet, sondern war Ansatzpunkt zur Weiterentwicklung der Kunst selbst; aus der Beschäftigung mit diesem Thema entstanden die bedeutendsten künstlerischen Strömungen des 20. Jahrhunderts (wie beispielsweise die Gruppe Fluxus, die sich schon in ihrer Namensgebung auf den fließenden Übergang zwischen Kunst und Leben bezog).

Eine Form dieser Auseinandersetzung bestand darin, die Freiheit der Kunst derart zu verabsolutieren, dass KünstlerInnen sich anmaßen, selbst und völlig autonom zu definieren, was Kunst ist. Bekanntestes Beispiel dafür ist die »Fontaine« von Marcel Duchamp (siehe dazu Mann 1999): Im Jahr 1917 reichte Marcel Duchamp unter dem Pseudonym »R. Mutt« ein Urinal als Kunstobjekt für eine Ausstellung ein, in deren Jury er selbst saß. Gemeinsam mit einem eingeweihten Kunstkritiker argumentierte er den Kunstwert des Objekts und trat aus Protest aus der Jury zurück, als das Objekt nicht akzeptiert wurde. Mittlerweile befindet sich das Urinal (oder, genauer gesagt, ein anderes Urinal) im Museum of Modern Art in San Francisco. Was Duchamp mit dieser Geste behauptete (und was seit damals in vielen theoretischen Abhandlungen besprochen wurde), ist die völlige Freiheit der Kunst und mithin des Künstlers/ der Künstlerin in Bezug auf seine/ ihre Ausdrucksform. Kunst bestimmt sich nicht durch bestimmte Qualitäten des Werks, sondern ausschließlich aus dem Kontext. Ein Urinal wird zum Kunstwerk, wenn es im Museum steht.

In gegensätzlicher Form setzen sich diejenigen KünstlerInnen mit der Freiheit der Kunst auseinander, die diese Freiheit zugunsten gesellschaftlicher Relevanz ablehnen. Dies wird besonders bei Kunstprojekten mit politischem und/ oder sozialem Anspruch deutlich. Hier kann als relativ aktuelles Beispiel die Arbeit einer lokalen Gruppe in Wien, der »WochenKlausur«, genannt werden, die soziale Interventionen durchführt.³ Bei ihrer ersten Intervention (1993) etwa verließ die KünstlerInnengruppe den Ort, an dem sie künstlerisch tätig werden sollte (die Wiener Secession), um sich mit den Problemen jener auseinander zu setzen, die in unmittelbarer Nachbarschaft dieser renommierten Kunstinstitution leben, nämlich mit den Problemen der Obdachlosen am Karlsplatz. Ergebnis dieser Intervention war die Aufbringung eines Ambulanzbusses zur unentgeltlichen Behandlung Obdachloser.⁴

Die »WochenKlausur« scheint also auf den ersten Blick den umgekehrten Weg zu gehen wie Duchamp: Sie holt nicht das Profane in das Feld der Kunst, sondern verlässt den erhabenen Raum der Kunst. Bei genauerem Hinsehen zeigt sich jedoch, dass die Aktionen von Duchamp und der »WochenKlausur« durchaus auf ähnliche Art wirken. Zwar verließ die »WochenKlausur« das Museum, während Duchamp den Einzug seines Objekts in eben dieses verlangte, doch sie verließ auf diese Art nicht das Feld der Kunst. Im Gegenteil – ebenso wie Duchamp behauptet, dass alles Kunst ist, was er als Künstler als solche definiert, geht die »WochenKlausur« davon aus, dass ihr Tun künstlerische Intervention ist – unabhängig davon, in welchem Feld sie stattfindet. Dies stellt unter anderem eine Fortführung und Überhöhung der Selbstermächtigungsgeste des Geniekünstlers des 19. Jahrhunderts dar – jede Handlung kann zur Kunst werden, wenn ihr/e AutorIn sich selbst als KünstlerIn und die Handlung als Kunst bezeichnet. Dazu nutzt die »WochenKlausur« den speziellen Nimbus des Erhabenen, der der Kunst zugeschrieben wird, um für ihre Aktionen einen Raum außerhalb bürgerlich-kapitalistischer Logiken zu schaffen. Der Raum der Kunst wird zu einem neutralen Raum

3 Eine genauere Beschreibung findet sich auf der Website <http://www.wochenklausur.at/>.

4 Siehe dazu http://www.wochenklausur.at/projekte/oip_kurz_dt.htm.

umfunktioniert, in dem Konflikte ausgetragen werden können. Dies ist eine eher widersprüchliche Auswirkung solcher Neudefinitionen künstlerischer Praxis, die sich ja explizit gegen das Bild des einsam aus sich selbst schaffenden Geniekünstlers richten.

Die beiden hier beschriebenen Kunstprojekte stehen beispielhaft für wichtige Teile der künstlerischen Praxis und Theorie des 20. Jahrhunderts. Ihr Anspruch kann verallgemeinert als Grenzüberschreitung des künstlerischen Felds verstanden werden – doch geht es eben in Wirklichkeit nicht darum, das Feld gänzlich zu verlassen, sondern es immer wieder auszuweiten, Grenzen zwar nicht aufzulösen, aber durchlässig zu machen (Raunig 1999). Die Freiheit der Kunst, ihre Autonomie spielt dabei wiederum eine zentrale und zugleich ambivalente Rolle – sie wird einerseits in ihrer (nie eingelösten) absoluten Form in einer Geste zugunsten gesellschaftlicher Relevanz aufgegeben und andererseits dazu genützt, Nicht-Kunst in eine neue Situation zu stellen, die andere Interaktionsmöglichkeiten zulässt. Paradoxerweise funktioniert dies aber nur, solange die Verortung im Kunstkontext aufrecht bleibt; genau durch diese Verortung entsteht der besondere Raum für gesellschaftlich relevante Aktivitäten der Kunst. Fiele diese weg, bliebe ein Consulting- und Mediationsservice übrig. Die behauptete Freiheit der Kunst schafft Interaktionsräume, die Nutzung dieser Räume für »kunstfremde Aktivitäten« schafft ihrerseits neue Kunstdiskurse, die mit anderen Kunstdiskursen um Hegemonie kämpfen.

4. Kunstdiskurs und Kunstpolitik

In Ländern mit einer starken Tradition staatlicher Kunstfinanzierung wurde die Freiheit der Kunst auch als Freiheit vom Zwang zu ökonomischer Verwertung interpretiert. Besonders in Österreich vermittelte staatliche Kunstpolitik lange Zeit geradezu den Eindruck eines Umkehrschlusses: Da Kunst nicht ökonomisch verwertbar sein muss, ist nur Kunst, was nicht ökonomisch verwertet werden kann. Das Kunstbild der österreichischen Kulturpolitik war dabei großteils sehr konservativ und auf Einrichtungen und Aktivitäten der Hochkultur beschränkt. Insbesondere in den restaurativen 1950er- und 1960er-Jahren führte der Anspruch an die Kunst, sich jeglicher gesellschaftlicher und politischer Einmischung zu enthalten, eher paradoxerweise auch zu Zensur, wie sich etwa am österreichischen Brecht-Boycott zeigte⁵ (siehe dazu etwa Rathkolb 2005, Knapp 2005, Wimmer 2006).

Die sozialdemokratische Regierung der 1970er-Jahre bemühte sich unter dem Schlagwort »Kultur für alle« um eine Demokratisierung von Kulturpolitik. Programatisch ging es dabei um eine Erweiterung politischer Aufgaben – nicht nur Kunst im engeren Sinn, sondern etwa auch Kulturinitiativen, die sich um Integration benachteiligter gesellschaftlicher Gruppen bemühten, sollten in den Genuss staatlicher Förde-

5 Dabei ist grundlegend zu erwähnen, dass staatliche Kunstfinanzierung ein problematisches Naheverhältnis zur Zensur unterhalten kann, da es einerseits normalerweise unmöglich ist, alle KünstlerInnen und Kunstinstitutionen in der von ihnen gewünschten Höhe zu fördern, und andererseits keine Entscheidung für Nicht-Förderung jemals vollständig legitim sein kann.

rungen kommen; in erster Linie beschränkten sich allerdings konkrete kulturpolitische Aktivitäten auf die Öffnung hochkultureller Institutionen für bildungsfernere Schichten. Allerdings führte dieser erweiterte Kulturbegriff sozialdemokratischer Kulturpolitik zu einer gewissen Beliebigkeit in der Definition kulturpolitischer Zielsetzungen (Wimmer 2006).

Ab den 1980er-Jahren wurden diese Ziele von einem internationalen Trend zur Ökonomisierung von Kultur überlagert und beförderten eine Entwicklung, die sich mit den Schlagworten »Festivalisierung« und »Eventkultur« beschreiben lässt. Erhebliche kulturpolitische Anstrengungen wurden auf kulturelle Großereignisse wie Festivals und Großausstellungen verwendet, der hochkulturelle Anspruch trat gegenüber dem Streben nach Publikumsmaximierung in den Hintergrund. Der pädagogische und demokratiepolitische Anspruch auf eine möglichst große Partizipation an Kultur, der das sozialdemokratische kulturpolitische Handeln der 1970er-Jahre geprägt hatte, wurde in das Bemühen um Massenkonsum kultureller Ereignisse umgemünzt. Die Forderung nach breitem Zugang zu Kunst und Kultur mutierte zum Anspruch an die Kunst, möglichst viele »KunstkonsumentInnen« zu erreichen – und damit mutierte die demokratische Forderung »Kultur für alle« zur Forderung nach wirtschaftlichem Erfolg der Kunst und Kultur. Diese Veränderung der Zielsetzungen von Kunstförderung führte zu stetigen Reduktionen von Subventionen für einzelne KünstlerInnen und kleinere Initiativen. Im daraus resultierenden härteren Verteilungskampf um staatliche Mittel wurde das Naheverhältnis zwischen Politik/ Verwaltung und KünstlerInnen vermehrt problematisiert, denn nicht selten stellte sich das abstrakte Abhängigkeitsverhältnis vom Staat als individuelle Abhängigkeit vom guten Willen einzelner PolitikerInnen oder BeamtenInnen dar (Zembylas 2005).

Diese immanente Entwicklung der Kulturpolitik lässt sich auch als Teil eines generellen Trends verstehen, der Ende der 1980er-Jahre durch den Niedergang des realsozialistischen Systems im Osten Europas und die Machtübernahme neoliberaler Regierungen in vielen westeuropäischen Ländern ausgelöst wurde. Der radikale Bruch in der Geopolitik wurde von manchen als »Endsieg des Kapitalismus« interpretiert (vgl. insbesondere Fukuyama 1992).

Gemäß dem neoliberalen Paradigma setzte sich nach der – historisch gesehen kurzen – Phase wohlfahrtsstaatlicher Politik die unumschränkte Herrschaft des Marktes wieder durch. Fehlentwicklungen des wohlfahrtsstaatlichen Systems selbst – insbesondere hohe Staatsverschuldungen und zu wenig effektiver Ressourceneinsatz – beförderten diese Entwicklung.

Wenn nun zeitgenössische Diskurse der Kulturpolitik unter dem Sammelbegriff der »Creative Industries« die direkte ökonomische Verwertbarkeit kreativer Leistungen betonen, so wird dadurch einerseits ein Höhepunkt dieser Entwicklungen markiert. Andererseits zeigt sich aber auch ein Paradigmenwechsel hin zur unmittelbaren Verwertbarkeit kreativer Aktivität – im Unterschied zu ökonomischer Verwertbarkeit als einem »Nebenprodukt« von Kunst und Kultur, wie sie im Bereich kultureller Großereignisse zumindest behauptet wird. Durch die Verschiebung von Momenten bisheriger Kunst- und Kulturdiskurse entsteht ein neuer Diskurs, in dem der Signifikant

»Kreativität« dem gesamtgesellschaftlichen Mastersignifikanten »ökonomischer Erfolg« untergeordnet wird.

5. Neoliberale Kunst- und Kulturpolitik

Der generelle Siegeszug des neoliberalen Gesellschaftsverständnisses setzt sich im Kunst- und Kulturfeld fort. Dabei schließt der an ökonomischer Verwertbarkeit orientierte Mainstream an frühere Diskurse an, die sich in anderer Form kritisch mit der Autonomiebehauptung der Kunst auseinander setzten. Der Geniemythos war in den 1960er- und 70er-Jahren heftigen Dekonstruktionsversuchen innerhalb des Kunstbetriebs ausgesetzt; in den 1980er-Jahren hingegen rückte das Kunstwerk wieder in den Vordergrund – allerdings weniger mit seinem künstlerischen Wert als mit seiner ökonomischen Verwertbarkeit. Der Kunstmarkt, der sich im gesamten 20. Jahrhundert auf das haptische, originale Kunst»werk« konzentrierte, gewann an Bedeutung und mit ihm das Künstler-Individuum, SammlerInnen und Werke (Felshin 1995, 24). 1987 wurden zwei Gemälde von Vincent van Gogh (»Sonnenblumen« und »Irisblüten«) zu bis dahin unerreichten Preisen versteigert.

5.1 Kreativität als Produktionsfaktor

In den 1990er-Jahren wurde die ökonomische Relevanz von Kunst und Kultur nicht mehr in erster Linie im Konsum, sondern in der Produktion gesehen, wobei auch das behauptete Beschäftigungspotenzial eine wichtige Rolle spielte (siehe etwa European Commission 1998, 2, MKW 2001, 9). Dies ist auch im Zusammenhang mit dem Aufkommen neuer Kommunikationstechnologien zu interpretieren, die zu dieser Zeit erstmals flächendeckend zugänglich wurden. Anhand der Ausbreitung digitaler Medien kann ein Phänomen, das von physischen Gütern bereits bekannt war, noch deutlicher beobachtet werden – die Kulturalisierung zahlreicher Waren und Dienstleistungen: Güter, die sich aufgrund globalisierter Wirtschaftsstrukturen immer weniger voneinander unterscheiden, werden mit einem symbolischen Mehrwert ausgestattet, um den für die Preisdifferenzierung nötigen Distinktionswert zu erhalten. In einem digitalisierten Kontext wird dies umso deutlicher, als dort neue Strukturen entstanden sind und die Unterschiede zwischen den neuen Produkten erst deutlich gemacht werden müssen. Darüber hinaus ist die Oberflächengestaltung in einem Medium, das auf Schrift, Bild und Ton aufbaut, von noch größerer Relevanz als bei Produkten, die sich in ihren physischen Merkmalen unterscheiden.

Doch Kulturalisierung spielt in zahlreichen Wirtschaftssparten eine zunehmend bedeutendere Rolle. So unterscheiden sich beispielsweise manche Automarken nicht mehr durch Verarbeitung oder Einzelteile, da sie alle unter dem Dach desselben Großkonzerns produziert werden und auch diese wiederum ihre Basisteile von den wenigen weltweit agierenden Zulieferern erhalten. Um diese an sich identischen Produkte dennoch an verschiedene Zielgruppen zu verkaufen, müssen sie differenziert werden. Das erfolgt durch Unterschiede in Design und Endverarbeitung sowie – vor allem – durch Werbekampagnen, so genanntes »Branding«. Klein (1999) weist darauf hin, dass

die ästhetische Bearbeitung ein immer wichtigeres Element in der Wertschöpfungskette eines Produkts darstellt.

Die Ausbreitung des Internet und digitaler Produkte bzw. Dienstleistungen (als ein Beispiel sei hier nur die Spiele-Industrie genannt) verursachten einen sprunghaften Anstieg der Nachfrage nach Personen, die diese neuen Bereiche gestalten konnten: GrafikerInnen, DesignerInnen aller Art, LayouterInnen etc. – mit der Kompetenz, visuell erfahrbare Oberflächen zu gestalten, viele von ihnen mit einer künstlerischen Ausbildung. AbgängerInnen von Kunsthochschulen und anderen Personen war es damit möglich, in Bereichen zu arbeiten, in denen sie an ihre Ausbildung anschließen konnten.⁶

Mit diesem Anstieg der Nachfrage nach einzelnen künstlerischen Kompetenzen kann auch die Vielzahl der Studien erklärt werden, die Kunst- bzw. Kulturarbeitsmärkten ein im Vergleich zu anderen Arbeitsmarktsegmenten außerordentlich hohes Wachstum prophezeiten. Eine der einflussreichsten Publikationen war der 1998 erschienene Bericht der Europäischen Kommission »Culture, the Cultural Industries and Employment« (European Commission 1998). Dort wurde Kultur als ein zentrales Wachstumssegment innerhalb der EU dargestellt, das bereits 1995 3 Millionen Arbeitsplätze in den Mitgliedstaaten bereitstellte bzw. mehr als 2 Prozent der Gesamtbeschäftigung ausmachte. Die Wachstumschancen wurden, wenngleich mit länderspezifischen Unterschieden, generell als äußerst vielversprechend eingeschätzt. In dieser Schätzung wurde das traditionelle Kunstfeld⁷ um die Bereiche Radio und TV, Tonträgerindustrie sowie um Multimedia und Online-Aktivitäten erweitert. Die eigentlichen Träger des Wachstums sind jedoch die (Neuen) Medien, wie eine andere Studie belegt: Der größte Wachstumssektor ist der TIMES-Sektor (Telecommunication, Multimedia, E-Commerce, Software/ Security): Es wird mit einer jährlichen Wachstumsrate von (anfänglich) 10 Prozentpunkten gerechnet, so dass 22 Millionen Arbeitsplätze innerhalb der EU für das Jahr 2011 prognostiziert werden (MKW 2001, 9). Auch in der 2007 erschienenen Mitteilung der Europäischen Kommission zu einer kulturpolitischen Agenda der EU (Europäische Kommission 1997) wird der Bereich Kunst/ Kultur als wirtschaftlicher Wachstumsmotor begriffen und auf die »Förderung der Kultur als Katalysator für Kreativität im Rahmen der Strategie von Lissabon für Wachstum und Beschäftigung« verwiesen.⁸

Beibehalten wurde die von der Europäischen Kommission verfolgte Strategie, die Medienindustrie sowie sämtliche Bereiche entlang der Wertschöpfungskette eines künstlerischen und/ oder kulturellen Produkts gemeinsam mit dem Kunstsektor zu

6 Dies bedeutet allerdings nicht automatisch, dass sich dadurch für KünstlerInnen neue Arbeitsmärkte erschlossen haben, da künstlerische Ausbildungen auch für Berufe genutzt werden können, die nicht der Definition eines/r KünstlerIn entsprechen; Becker (1984) hat diese komplexe Wechselwirkung zwischen dem Status von KünstlerInnen und dem Kunstbetrieb in »Art Worlds« grundlegend beschrieben.

7 Definitionen sind hier umstritten, wir sehen jedoch folgende Bereiche als »Kernbereich« des Kunstfeldes an: bildende Kunst, darstellende Kunst, Musik, Literatur, Film/ Video und Neue Medien.

8 <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:DE:HTML>, 20. 6. 2007.

betrachten und somit dessen ökonomisches Potenzial zu betonen. Einerseits konnten so beeindruckende Prognosen für Beschäftigung und ökonomisches Potenzial gestellt werden, andererseits profitierten Industrie- und Dienstleistungssektoren, wie beispielsweise die Tonträgerindustrie oder Medienunternehmen, von der positiven Aura des Kunstfeldes. Nicht zuletzt diente der Hinweis auf die wirtschaftliche Rentabilität von Kunst und Kultur oft als Legitimation für öffentliche Förderungen.

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Diskurses über die Creative Industries hatte in der Folge die offensive Förderung dieses Sektors durch Großbritannien, die kurz nach der Machtübernahme durch die Labour Party im Jahr 1997 begann: Eine »Creative Industries Taskforce« verband bisher getrennte Ressorts in der staatlichen Verwaltung und baute Kontakte zur Industrie auf. Ein Jahr später, 1998, wurde das erste »Creative Industries Mapping Document« (Department for Culture, Media, and Sports 1998)⁹ herausgegeben. Darin wurden 13 Sektoren definiert, die zusammen die Creative Industries bilden: Werbung, Architektur, Kunst- und Antiquitätenhandel, Kunsthandwerk (»crafts«), Design, Designer-Mode, Film, interaktive Freizeit-Software, Musik, TV und Radio, darstellende Kunst, Verlagswesen und Software. Die Studie der Europäischen Kommission und die Neuausrichtung der britischen Kulturpolitik standen am Beginn der intensiven Beschäftigung mit Creative Industries auf verschiedenen Ebenen, wie dies Hartley/ Cunningham (2002, 2) beschreiben:

»Die Idee der ›Creative Industries‹ hat bereits ein Eigenleben entwickelt. Einige britische Universitäten haben Zentren gegründet oder Kurse bzw. Abteilungen umbenannt Der Begriff wird immer häufiger in der EU-Politik verwendet.«¹⁰

Dem europäischen Trend folgend, wurden zunächst auch für Österreich Potenzialschätzungen unternommen, die – erwartungsgemäß – hoch ausfielen: Die aktuellen Angaben für Österreich liegen dabei bei 5 Prozent aller Beschäftigten (für 2000) und 9 Prozent aller Unternehmen; auch hier sind die Wachstumsraten beachtlich – die Anzahl an Unternehmen und Beschäftigten stieg zwischen 1995 und 2000 um ca. ein Drittel (IKM/ KMU 2003, 2). Allerdings muss an dieser Stelle erwähnt werden, dass es nach wie vor keine verbindliche Definition der Creative Industries gibt und dass, je nach Interessenlage der AuftraggeberInnen, bestimmte Bereiche hinzugefügt oder gestrichen werden. Dies führt trotz verstärkter Beforschung des Sektors zu einer äußerst heterogenen Datenlage; nur in der Diagnose eines außergewöhnlichen Wachstumspotenzials sind sich alle Studien einig (siehe für die EU insgesamt MKW 2001, für Österreich IKM/ KMU 2003, FORBA 2005). Die definitorische Unschärfe macht

9 http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm?contextId={AoAF8413-7A4E-4776-ADEE-7C4DBBFF6913}; das zweite wurde 2001 publiziert (Department for Culture, Media, and Sports 2001), siehe unter: http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm?contextId={AoAF8413-7A4E-4776-ADEE-7C4DBBFF6913}.

10 »The idea of the ›creative industries‹ has already developed a life of its own. Some British universities have set up centres or renamed courses and departments The term is used increasingly in European policy« (Übersetzung der Autorinnen).

Creative Industries zu einem Konstrukt, das verschiedene Elemente beinhaltet: die innovative Dynamik als Potenzial des digitalen Informations- und Kommunikationsbereichs, die Kreativität, die dem Kunstfeld zugeschrieben wird, gepaart mit einem außergewöhnlich hohen ökonomischen Wachstumspotenzial. Damit erklärt sich auch die spezifische Attraktivität des Bereichs für politische EntscheidungsträgerInnen: künstlerische Kreativität, die nun marktgängige und innovative Waren produziert. Dies steht einerseits im krassen Gegensatz zum traditionellen Kunstbetrieb und seinen großen Institutionen, die wegen ökonomischer Restriktionen¹¹ und eines historisch gewachsenen politischen Auftrags nur mit Unterstützung der öffentlichen Hand überleben können. Und andererseits steht dies auch im Gegensatz zur immer wieder von KünstlerInnen wahrgenommenen Aufgabe, aufgrund ihrer Sonderposition gesellschaftliche, politische oder andere Entwicklungen aufzudecken und kritisch zu hinterfragen.

Kreativität im Rahmen der Creative Industries ist dem Streben nach ökonomischem Erfolg untergeordnet, sie ist ein Mittel zur Produktion und vor allem zum Verkauf von Waren. Aus verschiedenen Elementen des traditionellen Kunstdiskurses sowie der Kritik daran entsteht ein neuer Diskurs über die ökonomische Relevanz der Kunst.

Dies bringt auch neue Herausforderungen für Kunstrichtungen, die in Abkehr vom Autonomiepostulat gesellschaftliche Bedeutung beanspruchen, diese jedoch nicht auf ökonomische Erfolgsträchtigkeit reduzieren wollen. In konkreten Kunstprojekten und den an sie gerichteten kulturpolitischen Ansprüchen sind diese Anforderungen oft kaum voneinander zu trennen. Damit wird die Frage wichtig, ob Kunst einen Wert an sich hat, der sich nicht an ihren »Nebeneffekten« ablesen lässt.

5.2 Die Legende von den Creative Entrepreneurs

Bisher wurde dargestellt, inwiefern der Diskurs über Creative Industries einen Paradigmenwechsel gegenüber früheren Kunst- und Kulturpolitikdiskursen markiert. Es lassen sich aber auch Kontinuitäten festmachen, die insbesondere die Person des/ der Kreativen betreffen: Ebenso wie von KünstlerInnen wird von den »Creative Entrepreneurs« (also von kreativ Tätigen, die auf dem Markt bestehen wollen) erwartet, dass sie aus weitgehend anderen als ökonomischen Gründen ihrer Tätigkeit nachgehen. Allerdings wird auch von KünstlerInnen angenommen, dass sie in der Lage sind, sich selbst und damit die Produkte ihrer Tätigkeit zu verkaufen. In ähnlicher Weise wird nun von den Creative Entrepreneurs erwartet, dass sie als LebenskünstlerInnen ihre selbst gewählte und intrinsisch lohnende Tätigkeit genießen, ohne damit rechnen zu dürfen, dass Markt oder Staat ihnen dafür akzeptable Rahmenbedingungen schaffen. Der Typus des »Creative Entrepreneurs« vereint Züge des Künstlergenies mit unternehmerischen Eigenschaften.

¹¹ Eine Detailanalyse würde an dieser Stelle zu weit führen – Einführungen in die Kulturökonomie geben jedoch einen Überblick zur ökonomischen Sonderstellung der Kunst (z. B. Towse 2003).

Diese Legenden von den Creative Entrepreneurs werden dabei allerdings ebenso wenig wie KünstlerInnenlegenden von den Betroffenen selbst geschaffen, sondern von denjenigen, die – mehr oder weniger gelungen – das theoretisieren, was sie im Feld – tatsächlich oder vermeintlich – beobachten. Charles Landry (2000) etwa beschreibt die Personengruppe, die hier in den Vordergrund rückt, als eine heterogene Mischung von Angehörigen verschiedener Berufsgruppen, die in einem spezifischen räumlichen Kontext aufeinander treffen und im Austausch miteinander Ideen generieren und zur Marktreife entwickeln. Kreative sind, Landry (2000, 107) zufolge, Leute, die offen und flexibel denken sowie bereit sind, intellektuelle Risiken auf sich zu nehmen. Ihre Umgebung zeichnet sich durch starke Vernetzung untereinander ebenso aus wie durch die Verschiedenheit der Individuen und ihrer Berufe.

5.3 Creative Entrepreneurs auf postfordistischen Arbeitsmärkten

Für postfordistische Arbeitsmärkte sind Flexibilisierung und Dezentralisierung sowie die zunehmende Bedeutung individuellen Wissens im Arbeitsprozess charakteristisch. Damit einher geht die Erodierung von Sozialstandards. Die Bedeutung, die den atypischen Arbeitsverhältnissen des Kunst- und Kulturfeldes als Hoffnungsträgern eines neuen Beschäftigungswachstums zugeschrieben wird, lässt sich vor diesem Hintergrund interpretieren. Die dreigeteilte Biographie von Ausbildung – Beruf – Pension, die im 20. Jahrhundert die männliche, westliche »Normalbiographie« ausgezeichnet hat, wird zugunsten abwechselnder Zyklen aus Aus- und Weiterbildung, Arbeitslosigkeit, Phasen unbezahlter Arbeit etc. abgelöst. Diese Merkmale sind auf Frauen- und/ oder MigrantInnenarbeitsmärkten seit langem die Regel, und breiten sich nun auch auf die bis dato privilegierten männlichen Arbeitsmärkte aus.

Kunstarbeitsmärkte gelten als Vorreiter dieser Entwicklung (Haak/ Schmid 1998), nicht zuletzt deshalb, weil in manchen Sparten (z. B. bildende Kunst) die Arbeits- und Lebensbedingungen immer prekär waren. Die Vorreiterrolle wird KünstlerInnen aber auch deshalb zugeschrieben, weil sie Eigenschaften aufweisen, die auf künftigen Arbeitsmärkten relevant sind: einen überdurchschnittlich hohen Ausbildungsgrad (Mayerhofer/ Schiffbänker 2003, 35, Schulz/ Hametner/ Wroblewski 1997, 37), große Flexibilität, Bereitschaft zur Weiterbildung und eine außerordentlich hohe Arbeitsmotivation, die die finanzielle Entschädigung zugunsten einer intrinsischen hintan stellt. Diese hohe Motivation bewirkt auch, dass KünstlerInnen bereit sind, in – gemessen an ihrer Qualifikation – finanziell deutlich unterdotierten Arbeitsverhältnissen zu arbeiten. Kunstarbeitsmärkte weisen von allen Arbeitsmärkten (auch anderen, so genannten Winner-takes-all-Arbeitsmärkten)¹² die niedrigsten Einkommen auf (Abbing 2002, 114). KünstlerInnen verdienen im Durchschnitt weniger als die Durchschnittsbevölkerung, gemessen am hohen Ausbildungsgrad ist die Differenz noch größer (Mayerhofer/ Schiffbänker 2003, 23). Aufgrund der Sonderstellung, die Kunst (ebenso wie andere stark symbolisch aufgeladene Produkte) in der westlichen Welt noch immer

12 Darunter werden Arbeitsmärkte mit einer exponentiellen Einkommensverteilung verstanden.

einnimmt, ist die Einstellung nach wie vor weit verbreitet, dass Kunst nicht finanziell bewertbar sein und somit in keinem Fall adäquat bezahlt werden kann.¹³ Daraus resultiert das Phänomen, dass einerseits auf Auktionen immens hohe Preise für die Werke einiger weniger Künstler (*sic!*) erzielt werden, andererseits von KünstlerInnen selbst erwartet wird, dass sie zu geringen Preisen arbeiten.

Ähnliche Strukturmerkmale finden sich in den Creative Industries: Eine Studie (FORBA 2005) mit Detaildaten aus einzelnen Branchen zeigt, dass sich die Arbeitsverhältnisse in Bezug auf Einkommen, soziale Sicherheit und Geschlechterverhältnis wenig vom Kunstbereich unterscheiden: geringe Einkommen aus atypischen Beschäftigungsverhältnissen, Projektarbeit, die Notwendigkeit, mehrere Jobs zur gleichen Zeit auszuführen, sowie eine Unterrepräsentanz von Frauen – zumindest wenn es um höhere Löhne und sichere Anstellungen geht.

Voß/ Pongratz (1998) haben diesen Typus als »ArbeitskraftunternehmerIn« bezeichnet. ArbeitskraftunternehmerInnen zeichnen sich durch die folgenden drei Hauptmerkmale aus:

- Erweiterte Selbstkontrolle über Arbeitsqualität und Qualität des Outputs;
- Verbetrieblichung des Arbeitsprozesses sowie
- Verbetrieblichung des Privatlebens, das stärker als in anderen Berufsfeldern entlang der Bedürfnisse der Arbeit ausgerichtet wird.

Eine Vielzahl von qualitätssichernden Maßnahmen, von der Motivation bis hin zum Ablaufmanagement, die bisher vom Betrieb übernommen wurden, wandert nun in den Aufgabenbereich der Einzelnen, die als UnternehmerInnen ihrer selbst agieren (denn im Regelfall verfügen sie über wenig mehr Produktionsmittel als das eigene Wissen und eine geringe EDV-Infrastruktur). Dabei verändert sich auch die Unternehmensstruktur, indem Zuständigkeiten in die Verantwortung des Individuums übertragen werden.

Offensichtlich entsprechen diese Strukturmerkmale wie auch das Selbstverständnis, das durch sie gefördert werden soll, neoliberaler Gouvernamentalität: Die Grundsätze neoliberalen Regierens (Flexibilisierung, Reduktion staatlicher Sozialleistungen, individuelle Verantwortung) werden in den Creative Industries exemplarisch vorgeführt und im Selbstverständnis der Creative Entrepreneurs in individuelle Motivationslagen umgedeutet.¹⁴ Die Creative Industries und neoliberale Diskurse stehen damit in einem wechselseitigen, sich gegenseitig verstärkenden Zusammenhang. Diskursiv beruht das neoliberale Paradigma auf der Reduktion von Staatseingriffen zugunsten unregulierter Märkte, auf Eigenverantwortung statt staatlicher Vorsorge, auf Risikobewusstsein und Flexibilität. Allerdings weist Lazzarato (2006) zu Recht darauf hin, dass neoliberales Regieren nicht auf Eingriffe in Märkte verzichtet, sondern nur die Art des Eingreifens verändert:

»Neoliberalismus stellt nicht einen Kampf zwischen Unternehmen und Privatinteressen gegen öffentliche Regulierung dar, sondern eine Veränderung im Modus des Regierens,

¹³ Zum komplexen Verhältnis zwischen Kunst und Markt siehe Abbing (2002), Kap. 1–3.

¹⁴ Zum Begriff der »Gouvernamentalität« siehe Foucault (2000).

die sich auf unterschiedliche Machtdispositive stützt, innerhalb derer das legitistische/ juristische Dispositiv und die staatliche Verwaltung von besonderer Bedeutung sind.»¹⁵

Neoliberale Arbeitsformen werden laut Lazzarato (2006) durch zwei unterschiedliche Formen der sozialen Unterwerfung der Arbeitskräfte bestimmt – einerseits Disziplinierung durch Lohnarbeit (Arbeitsethos, Gehorsam) und andererseits Disziplinierung durch scheinbare Freiheit als UnternehmerIn seiner/ ihrer selbst (Selbstverantwortung, Risiko- und Entscheidungsfreude). Diese beiden Formen der Unterwerfung und Subjektivierung widersprechen einander nicht, sondern etablieren gemeinsam eine neue Form von Macht. Allerdings führen sie zu unterschiedlichen Verhaltensanforderungen an die Betroffenen, nämlich auf der einen Seite Gehorsam, Unterordnung und Disziplin, die mit einem gesicherten Einkommen belohnt werden, und auf der anderen Seite Aktivismus, Verantwortung und Autonomie, die Eigenkapital schaffen sollen. Beide Mechanismen sind in den Creative Industries zu beobachten. Die dort beschäftigten Kreativen haben die Wahl zwischen immer stärker reglementierten Arbeitsverhältnissen in großen (häufig multinationalen) Konzernen und der (Schein-)Selbstständigkeit als UnternehmerInnen ihrer eigenen Arbeitskraft.

5.4 Die Creative Industries – Prekarisierung und Selbstbestimmung

Kritische BeobachterInnen der Creative Industries (vgl. dazu etwa den Sammelband Raunig/ Wuggenig 2007) und der in diesem Sektor Beschäftigten sprechen gerne von »selbstgewählter Prekarisierung« der Betroffenen, die sich angeblich freiwillig den ungesicherten Verhältnissen der Selbstständigkeit aussetzen. Doch diese indirekte Art der Schuldzuweisung an die Creative Entrepreneurs greift zu kurz. Wie Lazzarato (2006) zeigt, entsprechen die Arbeitsverhältnisse in den Creative Industries neoliberaler Gouvernementalität – Formen der Machtausübung setzen sich im individuellen Bewusstsein fort. Dies bedeutet nicht, dass es sich hier um ein »falsches Bewusstsein« im marxistischen Sinn handelt – in einer diskurstheoretischen Perspektive lässt sich prinzipiell nicht zwischen »wahr« und »falsch« grundlegend entscheiden; Wahrheiten werden in Diskursen produziert und können an keinen absoluten Maßstäben gemessen werden. Gouvernementalität ist ein Teil jeder erfolgreichen Form von Machtausübung – von Interesse ist hier also nicht eine grundlegende moralische Beurteilung von Gouvernementalität und derjenigen, die dieser unterworfen sind, sondern eine konkrete Analyse der Auswirkungen der Veränderungen in den letzten Jahrzehnten.

Hier fällt insbesondere ins Auge, dass die oben beschriebenen idealtypischen Beschreibungsformen der beiden Arten von Beschäftigung nicht wirklich greifen. Weder gibt es in den Creative Industries Job- und Einkommenssicherheit für Lohnabhängige, noch sind die meisten Creative Entrepreneurs in der Lage, Eigenkapital zu bilden. Viele Beschäftigte stehen somit nicht vor der Entscheidung (so ihnen überhaupt Alterna-

¹⁵ »Neo-liberalism is not a struggle of the enterprise and private interests against public governance, but a change in the mode of governing behaviour that implicates different dispositives of power, among which the legal/ juridical dispositive and the state administration are highly significant« (Übersetzung der Autorinnen).

tiven geboten werden) zwischen sicherem, geringem Arbeitslohn einerseits und unsicherem, eventuell erheblichem selbständigem Einkommen andererseits – sie müssen sich vielmehr im Rahmen ihres Handlungsspielraums zwischen verschiedenen Formen der Disziplinierung entscheiden. Da die Rahmenbedingungen in Großbetrieben der Creative Industries zunehmend repressiver werden, kann also die Entscheidung für die selbstbestimmte Unsicherheit als Selbständige/r durchaus einem rationalen Nutzenkalkül entsprechen.

6. Zusammenfassung und Ausblick

Diskurse über die Rolle von Kunst und Kultur in der Gesellschaft zeigen geradezu exemplarisch, aufgrund welcher gesamtgesellschaftlichen (und insbesondere ökonomischen) Rahmenbedingungen sich hegemoniale Diskurse entwickeln und von gegenhegemonialen Diskursen abgelöst werden. Der Geniekünstler war eine Erfindung der Moderne und des aufkommenden Kapitalismus; er verkörperte in diesem Gesellschaftskonzept zugleich eine Ausnahmeerscheinung, das »Andere« der NormalbürgerInnen und die Vollendung bestimmter Aspekte des hegemonialen Menschenbildes (als autonomes, selbstverantwortliches und männliches Subjekt). Die Kritik an diesem Bild des/ der KünstlerIn war zugleich Kunstkritik und politische Gegenbewegung; die Forderung nach gesellschaftlicher Relevanz der Kunst verknüpfte sich stets mit konkreten gesellschaftspolitischen Anliegen.

Mit der zunehmenden Ökonomisierung aller Lebensbereiche werden nun sowohl das Bild des Geniekünstlers als auch die Forderung nach gesellschaftlicher Relevanz der Kunst einem ökonomischen Paradigma untergeordnet; im Rahmen der Creative Industries wird die Ausnahmestellung von Kunst und Kreativität schließlich zu einer Vorreiterrolle der Wirtschaftsentwicklung umgemünzt. Dieser neue Kreativitätsdiskurs kann einerseits als Teil eines breiteren Diskurses über die »natürliche« Vorherrschaft des Marktes verstanden werden und prägt andererseits gerade diesen Diskurs. Das ökonomisch gewendete Bild des/ der eigenverantwortlichen KünstlerIn, der/ die aus intrinsischen Motiven heraus sein/ ihr Werk schafft, wird zum Paradigma der postfordistischen Gesellschaft. Zugleich entspricht auch der zunehmende Rückzug des Wohlfahrtsstaats aus der Kulturfinanzierung einem gesamtgesellschaftlichen Trend.

Die grundlegenden Veränderungen des Kunst- und Kulturdiskurses in den letzten Jahrzehnten erzeugen Unsicherheit in individuellen und gesellschaftlichen Erwartungen, ermöglichen es aber auch, bestehende Verhältnisse zu verändern.

Der letzte Teil dieses Artikels beschäftigt sich daher mit der Frage, wie sich Diskurse zu den Creative Industries in einer Form verändern lassen, die den Beschäftigten in diesem Sektor zugute kommt.

Dafür ist es in erster Linie nötig, die konkreten Arbeits- und Lebensbedingungen dieser Personen wie auch ihre eigenen Ansprüche und Wünsche genau zu analysieren. Auch wenn selbstbestimmtes Arbeiten für viele KulturarbeiterInnen eine Steigerung ihrer Lebensqualität bedeutet, ist die soziale Unsicherheit, die mit diesen Formen der Beschäftigung einhergeht, sicherlich von den Betroffenen nicht intendiert. Anderer-

seits scheint auch eine Rückkehr zum paternalistischen Wohlfahrtsstaat keine attraktive Alternative, da damit ein erhebliches Maß staatlicher Intervention in individuelle Arbeits- und Lebensbedingungen verbunden ist, das den Lebensvorstellungen der »Creative Entrepreneurs« widerspricht. Daher sollte das Ziel von Veränderungen der Rahmenbedingungen in den Creative Industries darin liegen, den Kreativen einerseits jene Selbstbestimmung ihrer Arbeit zu ermöglichen, die sie sich erhoffen (und die auch ein Erbe der soziokulturellen Bewegungen der 1970er-Jahre ist), andererseits aber den Staat in Hinblick auf grundlegende soziale Sicherung nicht aus der Pflicht zu entlassen. Denn eine funktionierende Gesellschaft kann ihren Mitgliedern nicht die gesamte Verantwortung für alle individuellen Risiken aufbürden, sondern erfordert gegenseitige solidarische Unterstützung. Diesem Grundsatz würde als gesamtgesellschaftliche Lösung ein allgemeines Grundeinkommen entsprechen, wie es in letzter Zeit vermehrt von unterschiedlichen Seiten gefordert wird.¹⁶

In Hinblick auf die spezifischen Bedürfnisse der Creative Industries sind aber auch Maßnahmen nötig, die eine adäquate Entgeltung der Leistungen der Kreativen gewährleisten. Insbesondere bedarf es dazu einer radikalen Reform des Copyright-Systems, so dass finanzielle Gewinne den Kreativen und nicht der dazwischen geschalteten Industrie zugute kommen (vgl. etwa Towse 2001).

Neben diesen gesamtgesellschaftlichen Formen der Regulierung erscheinen jedoch Formen der Selbstorganisation geeigneter, die Bedingungen in den Creative Industries zu verbessern, als staatliche Regulierungen. Mindestentlohnungen für bestimmte Leistungen, Versicherungsstrukturen wie auch Darlehen für Investitionen könnten auf diese Art geregelt werden. Vermutlich sind staatliche Finanzierungshilfen nötig, um eine solche Entwicklung einzuleiten und zu stabilisieren, öffentliche Kontrolle sollte sich jedoch auf ein Minimum beschränken.

Selbstorganisation benötigt Selbstreflexion und Solidarität. Der Diskurs über die Creative Industries könnte eine solche Selbstreflexion befördern, die in der Folge zur Veränderung dieses Diskurses und zur Entwicklung neuer Organisationsformen führen kann bzw. führt.

16 Etwa von der Mayday-Bewegung, siehe <http://euromayday.at/006/texte/06grundeinkommen.php>. Allerdings gibt es in Bezug auf die konkrete Gestaltung eines solchen Einkommens diverse offene Fragen, auf die an dieser Stelle nicht weiter eingegangen werden kann.

Literatur

- Abbing, Hans (2002) *Why Are Artists Poor? The Exceptional Economy of the Arts*. Amsterdam.
- Becker, Howard S. (1984) *Art Worlds*. Berkeley/ Los Angeles/ London.
- Benjamin, Walter (1991/ Orig. ca. 1935) *Der Autor als Produzent*. In: Ders.: Aufsätze, Essays, Vorträge (= Gesammelte Schriften. Bd. II 2). Frankfurt a. M., 690–701.
- Christadler, Maike (2000) *Kreativität und Geschlecht. Giorgio Vasaris Vite und Sofonisba Anguissolas Selbst-Bilder*. Berlin.
- Department for Culture, Media, and Sports (1998) *Creative Industries Mapping Document 1998*, verfügbar unter: http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_1998/Creative_Industries_Mapping_Document_1998.htm?contextId={A0AF8413-7A4E-4776-ADEE-7C4DBBF6913}, 26. 7. 2007.
- Department for Culture, Media, and Sports (2001) *Creative Industries Mapping Document 2001*, verfügbar unter: http://www.culture.gov.uk/Reference_library/Publications/archive_2001/ci_mapping_doc_2001.htm?contextId={A0AF8413-7A4E-4776-ADEE-7C4DBBF6913}, 26. 7. 2007.
- Eberherr, Helga/ Harauer, Robert/ Mayerhofer, Elisabeth (2003) *Male Gate-keepers, Female Artists and Resistance Mechanisms of Exclusion in Serious Music and New Media Arts in Austria*. In: ERICarts (ed.) *Culture-gates. Exposing Professional »Gate-keeping« Processes in Music and New Media Arts*. Bonn, 68–145.
- European Commission (1998) *Culture, the Cultural Industries and Employment*. Brüssel.
- Europäische Kommission (2007) *Mitteilung der Kommission an das Europäische Parlament, den Rat, den Europäischen Wirtschafts- und Sozialausschuss und den Ausschuss der Regionen über eine europäische Kulturagenda im Zeichen der Globalisierung* {SEK(2007) 570} /* KOM/2007/0242 endg. */, verfügbar unter: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2007:0242:FIN:DE:HTML>, 26. 7. 2007.
- Felshin, Nina (1995) *But is It Art? The Spirit of Art as Activism*. Seattle.
- FORBA (2005) *Branchenanalysen zu Arbeit und Beschäftigung in Wiener Creative Industries: Architektur, Design, Film/ Rundfunk, Software, Multimedia und Werbung*. Bericht 1: Hubert Eichmann, Sybille Reidl, Helene Schiffbänker, Markus Zingerle. Wien.
- Foucault, Michel (2000) *Die Gouvernementalität*. In: Bröckling, Ulrich/ Krasmann, Susanne/ Lemke Thomas (HgInnen) *Gouvernementalität in der Gegenwart. Studien zur Ökonomisierung des Sozialen*. Frankfurt a. M., 41–67.
- Fukuyama, Francis (1992) *Das Ende der Geschichte. Wo stehen wir?* München.
- Gramsci, Antonio (1991–2000/ Orig. 1929ff.) *Gefängnishefte*. 9 Bde. Hamburg.
- Haak, Carroll/ Schmid, Günther (1998) *Arbeitsmärkte für Künstler und Publizisten – Modelle einer zukünftigen Arbeitswelt?* Berlin.
- Hartley, John/ Cunningham, Stuart (2002) *Creative Industries – from Blue Poles to Fat Pipes*. In: Gillies, Malcolm (ed.) *The National Humanities and Social Sciences Summit: Positions Papers*. Canberra, 1–10.
- Hoffmann-Curtius, Kathrin/ Wenk, Silke (Hginen) (1997) *Mythen von Autorschaft und Weiblichkeit im 20. Jahrhundert*. Marburg.
- Horkheimer, Max/ Adorno, Theodor W. (1947) *Dialektik der Aufklärung. Philosophische Fragmente*. Frankfurt a. M.
- IKM/ KMU (Institut für Kulturmanagement/ KMU Forschung Austria) (2003) *Erster Österreichischer Kreativwirtschaftsbericht*. Wien.
- Klein, Naomi (1999) *No Logo: Money, Marketing and the Growing Anti-corporate Movement*. New York.
- Knapp, Marion (2005) *Österreichische Kulturpolitik und das Bild der »Kulturation«*. Frankfurt a. M.
- Laclau, Ernesto/ Mouffe, Chantal (2000) *Hegemonie und radikale Demokratie. Zur Dekonstruktion des Marxismus*. Wien.
- Landry, Charles (2000) *The Creative City. A Toolkit for Urban Innovators*. London/ Sterling, VA.
- Lazzarato, Maurizio (2006) *Construction of Cultural Labour Market*. In: eicpc (european institute for progressive cultural policies) (ed.) *A Critique of Creative Industries*, verfügbar unter: <http://eicpc.net/policies/ccilazzarato/en>, 25. 6. 2007.
- Mann, Heinz Herbert (1999) *Marcel Duchamp: 1917*. München.
- Mayerhofer, Elisabeth/ Schiffbänker, Helene (2003) *Künstlerische Dienstleistungen im Dritten Sektor. Teil 1: Ausgangslage: Kunst –*

- Kultur – Beschäftigung*. Wien, verfügbar unter: <http://www.equal-artworks.at/start.php?site=publikationen&subsite=detail&id=78>, 26. 6. 2007.
- MKW GmbH (Marketing – Kommunikation – Wirtschaft) et al. (2001) *Exploitation and Development of the Job Potential in the Cultural Sector in the Age of Digitalisation*. München.
- Rathkolb, Oliver (2005) *Die paradoxe Republik. Österreich 1945 bis 2005*. Wien.
- Raunig, Gerald (1999) *Charon. Eine Ästhetik der Grenzüberschreitung*. Wien.
- Raunig, Gerald/ Wuggenig, Ulf (Hg.) (2007) *Kritik der Kreativität*. Reihe republicart 6. Wien.
- Schmidt-Linsenhoff, Viktoria (1996) *Dibutadis. Die weibliche Kindheit der Zeichenkunst*. In: Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Nr. 4, 7–20.
- Schneider, Wolfgang (2004) *Künstler/innen-Bilder und Künstler/innen-Begriff – Reflexion des diskursiven Kunstprojekts »Die Legende vom Künstler«*. Wien.
- Schulz, Wolfgang/ Hametner, Kristina/ Wroblewski, Angela (1997) *Thema Kunst. Zur sozialen und ökonomischen Lage der bildenden Künstler und KünstlerInnen in Österreich*. Wien.
- Towse, Ruth (2001) *Creativity, Incentive and Reward: An Economic Analysis of Copyright and Culture in the Information Age*. Cheltenham.
- Towse, Ruth (2003) *A Handbook of Cultural Economics*. Cheltenham/ Northampton, MA.
- Von Osten, Marion (2007) *Unberechenbare Ausgänge*, verfügbar unter: <http://eipcp.net/transversal/0207/vonosten/de>, 25. 6. 2007.
- Voß, Günter G./ Pongratz, Hans J. (1998) *Der Arbeitskraftunternehmer. Eine neue Grundform der Ware Arbeitskraft?* In: Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Nr. 1, 131–158.
- Wenk, Silke (1997) *Mythen von Autorschaft und Weiblichkeit*. In: Hoffmann-Curtius, Kathrin/ Wenk, Silke (Hginnen) *Mythen von Autorschaft und Weiblichkeit im 20. Jahrhundert*. Marburg, 12–29.
- Wimmer, Michael (2006) *Konservative Kulturpolitik seit 2000. Eine Radikalisierung aus dem Geist der austriakischen Restauration*. In: Österreichische Zeitschrift für Politikwissenschaft, Nr. 3, 287–309.
- Zembylas, Tasos (2005) *Fairness und Verfahrensstandards in der Kunst- und Kulturförderung*. In: Zembylas, Tasos/ Tschmuck, Peter (Hg.) *Der Staat als kulturfördernde Instanz*. Innsbruck/ Wien/ Bozen, 13–41.

Internet-Adressen

- Euromayday (2007) *Grundeinkommen jetzt*, verfügbar unter: <http://euromayday.at/006/texte/06grundeinkommen.php>, 26. 7. 2007.
- WochenKlausur, *Allgemeine Darstellung*, verfügbar unter: <http://www.wochenklausur.at>, 26. 7. 2007.
- WochenKlausur, *Medizinische Versorgung Obdachloser*, verfügbar unter: http://www.wochenklausur.at/projekte/oip_kurz_dt.htm, 26. 7. 2007.

Kontakt:

mayerhofer@fokus.or.at
monika.mokre@oeaw.ac.at

**WÄREN WIR NICHT
DIE KOMMERZBANK MIT
DER HÖCHSTEN
KUNDENZUFRIEDENHEIT,
DANN WÄREN WIR NICHT
ZUFRIEDEN.**

Information: Hr. Mag. Joseph Eberle, +43-1-717 07-1487,
e-mail: joseph.eberle@rzb.at, www.rzb.at

 **RZB**
MEINE BUSINESS-BANK.

